

2011(平成23)年7月5日

一般社団法人 インターネット広告推進協議会 (JIAA)

## 「第9回 東京インタラクティブ・アド・アワード(TIAA)」の贈賞式を開催 SOUR「映し鏡」が今年のグランプリに (速報)

一般社団法人 インターネット広告推進協議会(所在地:東京都中央区、理事長:杉山 恒太郎、略称:JIAA)は、7月5日、第9回「東京インタラクティブ・アド・アワード」(主催:JIAA、特別協力:社団法人全日本シーエム放送連盟(ACC)、略称 TIAA)の贈賞式を開催し、グランプリ、特別賞、およびスペシャルスポンサーアワード最優秀賞を発表しました。

今年2011年のグランプリには、SOUR「映し鏡」が輝きました。

特別賞は、ベストクリエイター賞をグランプリ作品の制作に携わった川村真司氏と清水幹太氏の両名が受賞。ベストインタラクティブプロダクション賞を株式会社エイド・ディーシーシーが受賞しました。また、今回新設したクラフト賞は、ナイキジャパン「Nike Music shoe」が受賞しました。

さらに、スペシャルスポンサーアワード最優秀賞には、Google Innovative 広告賞に「ちきゅうどうぶつえん」、cci スマートデバイス広告賞に「Puchi Puchi Earth by Android™ au」、Microsoft Advertising リッチメディアクリエイティブ賞に「Welcome to Kinect」が輝き、それぞれ副賞として賞金50万円が贈られました。

### ■グランプリ、SOUR「映し鏡」について

#### <<受賞作品紹介>>



SOUR「映し鏡」はあなたの身の回りにあるモノや人、そのすべてがあなたを映す鏡であり、そこに映った自分の姿を通して自分自身が誰であるのかを知ることができるということを歌っています。そのイメージを膨らませて、インターネットのソーシャルネットワーク上に存在する個人のデータを集め、それを活かしたインタラクティブミュージックビデオを制作しました。この体験はブラウザウィンドウの上で始まり、いつしかあなたのデスクトップをエンターテインメントのステージに変えてくれるようになっています。このビデオでは、Facebook、Twitter、Webcamに接続することで、ソーシャルネットワークの状況に応じて見る人ひとりひとりが自分自身にカスタマイズされた映像を体験することができます。毎日見慣れた自分のTwitterやFacebook、YouTube、etc...といったサイトが、映像の舞台になります。

## ■伊藤直樹審査員長の講評

「なんかいいね。」という感じを審査では大切にしていきたいと思いますという話をさせていただきました。つくる側としてのプロらしいすばやい判断力と、見る側としてのあっさりした気持ちで触れる軽やかな視点。その両方を大事にしたいと思ったわけです。アイデアの良し悪しを瞬時に判断する普段のあの真剣な感じ。「いいね」ボタンを押すあの気軽な感じ。とにかく各自は瞬時に判断しよう。そのかわり、議論をたくさんしたいと思ったのです。みんなでできるだけ話し合いたいと思ったのです。

結果、かなり良い議論ができたと思います。すべての審査員が自分の意見をシャープに発言してくれました。みなさんかっこ良かった。とても面白かった。議論が少ない審査会なんてこんなすごいメンバーがわざわざ一堂に会してやる意味がないですよ。やっぱり普段何を考えながらものづくりをしているのか。ポリシーや頑固さや信念といったものは審査員各自の作家性となっているはずで、そのことが交差しあい、ときにぶつかりあう審査会というのはとても面白いわけです。

グランプリに関しても候補として「映し鏡」「UNIQLO LUCKY LINE」ナイキ「Run fwd:」「IS Parade」「Domino's App」などがあがっていました。そのことは各自の視点や好みの違いの多様性を物語っている。さらに「映し鏡」と「UNIQLO LUCKY LINE」はかなりの接戦でした。正直どちらもすばらしい。あとは、TIAAとして未来へのメッセージになるようにどちらを選ぶかということ。どちらがメッセージになりますか？という問いかけをさせていただき投票によって「映し鏡」に決まりました。本当に僅差で。

ベストクリエイター賞は「映し鏡」のおふたり、川村真司さんと清水幹太くんに決まりました。ふたりのペア受賞にもメッセージがあります。「映し鏡」にはクリエイティビティとエンジニアリングの高度な融合による高いクオリティがあるということ。この映像はふたりの仕業であり、どちらかだけによるものではないということです。さらに当然ふたりだけの力でもない。ということでベストインタラクティブプロダクション賞として「映し鏡」にも関わったAID-DCCさんに決めさせていただきました。「映し鏡」は予算も少ないでしょうし、その割にプロダクションは非常に複雑で困難なものでしょう。さらにそんなに制作時間も少なかったはず。彼らの定着力をリスペクトすべきでしょう。

さらに、クラフト賞として「Nike Music shoe」が選ばれました。じぶんが所属していたので少し申し上げにくいのですが、はっきり言ってワイデンアンドケネディのクラフトのレベルはとても高い。それは世界中のWK オフィスにDNAとして刷り込まれているものです。われわれ日本人が見習うべき彼らのDIYスピリットによるクラフトマンシップです。しかし日本人の職人気質、手先の器用さもまったく負けていない。ぼくらのこのストロングポイントを今後もぜひ活かすべきだと思います。

最後に、今年の特徴としては「ストーリーテリング×プラットフォーム」ということが言えるかもしれない。映像なりなんなりでストーリーを語ってみせる。そこに仕組み的なものを見事に融合させる。グランプリをはじめ上位の作品はどれもそのことを巧みにやってみせている。なにかとても洗練した大人になってきたTIAA。来年も楽しみですね。

詳細はTIAA公式ウェブサイト<<http://tiaa.jp>>をご覧ください。

＜ 本件についての問い合わせ先 ＞  
一般社団法人 インターネット広告推進協議会 (JIAA) 事務局 柳田・もろずみ両角  
TEL.03-3523-2555 FAX.03-3523-2670 E-mail: awards@jiaa.org  
〒104-0041 東京都中央区新富 2-1-7 富士中央ビル 9F

## <参考資料>

- ・第9回東京インタラクティブ・アド・アワード 配布リスト  
(2011年7月5日 贈賞式にて配布)
- ・第9回東京インタラクティブ・アド・アワード 公式ガイドブック  
(2011年7月5日 贈賞式にて受賞発表後に配布)

※受賞作品画像の提供や個別のインタビュー取材等については、JIAA事務局までお問い合わせください。

### 【東京インタラクティブ・アド・アワード(TIAA)について】

東京インタラクティブ・アド・アワード(tokyo interactive ad awards:略称 TIAA)は、インターネット上のメディアやツールの活用を中心とした企業と生活者の広告コミュニケーションを対象として、クリエイティブ(創造性)とソリューション(コミュニケーション課題の解決)を評価する広告賞です。優秀な広告作品を顕彰し、クリエイティブショーケースとして先端のトレンドを発信することにより、ビジネスの活性化と社会の発展に寄与することを目的としています。

### 【一般社団法人インターネット広告推進協議会(JIAA)について】

一般社団法人インターネット広告推進協議会(Japan Internet Advertising Association:略称 JIAA)は、インターネットが信頼される広告メディアとして健全に発展していくために、共通の課題を協議しビジネス環境を整備することを目的として、平成11(1999)年5月に任意団体として発足しました。平成22(2010)年3月に一般社団法人化を図り、同年4月より移行。現在、インターネット広告、モバイル広告ビジネスにかかわる企業(媒体社、メディアレップ、広告会社など)152社が集まって、ガイドライン策定、調査研究、普及啓発などを行っています。また、優れたインタラクティブ広告を表彰する「東京インタラクティブ・アド・アワード」を開催するなど、インターネット広告市場の健全な発展、社会的信頼の向上のために、多方面にわたる活動を行っています。